



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Bilaga

Kommunikationsplan

Projekt Kompetensarena Stockholm

1.1 Bakgrund

Projektet Kompetensarena Stockholm syftar till att utveckla ett gemensamt arbetssätt mellan samverkande nyckelaktörer i regionen, som ska vara hållbar på lång sikt. Projektet arbetar inte direkt med matchning eller utbildningsinsatser för individer, utan lägger snarare fokus på samverkan, utveckla modeller och arenor för att förbättra kompetensförsörjningsarbetet.

Övergripande mål är att projektet ska etablera en hållbar modell (struktur och arbetssätt) för en kunskapsbaserad dialog kring regionens kompetensförsörjning, med fokus på yrkesinriktad vuxenutbildning. Samverkan och dialog kring vuxenutbildningen i Stockholmsregionen står i fokus. Vi tror att en sådan stärkt samverkan kan åstadkomma bättre matchning mellan behov och utbud i samverkan mellan branscher, huvudmän och utbildningsaktörer.

Det handlar om att både synliggöra kompetensförsörjningsproblematiken men även vad som kan möjliggöra kompetensförsörjningen. Arbetsmodellen och arbetssätten för detta kommer att prövas under projekttiden samt anpassas för att kunna implementeras i ordinarie strukturer.

Det finns i Stockholmsregionen behov av att utveckla ett regionalt arbetssätt för att säkerställa att det fortsatt finns utbildningar för vuxna som dels möter olika krav från arbetsgivare och dels underlättar för individen att genomföra en utbildning för att bli anställningsbara. Vuxenutbildningen har olika roller och funktioner, bland annat för sysselsättningen och tillväxten i regionen. Den kommunala vuxenutbildningen är även ett av kommunernas viktigaste integrationsverktyg.

Det finns dessutom ett ökat krav på regionala aktörer och kommuner att samverka sinsemellan och med mer aktivt förhållningssätt till arbetsmarknadens behov. Projektet fokuserar framförallt på utbildningsformerna komvux, yrkesvux, Sfi/Sfx, Arbetsförmedlingens arbetsmarknadsutbildningar, men kan också omfatta arbete med lärlingsutbildning, arbetsplatsförlagt lärande, lärcentra och validering av kompetens.

Projektet ska utveckla metoder, strategier och arbetssätt på en regional nivå för att möta Stockholmsregionens kompetensförsörjning på kort och lång sikt. Tillsammans med parterna ska projektet utveckla ett bättre samspel/samverkan och bidra till en balans mellan arbetsmarknadens behov, efterfrågan och utbildningssystemens utbud. För att utveckla



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

vuxenutbildningen i regionen behöver regionala aktörer hitta former för att nå samsyn kring vilka metoder som behöver utvecklas för att åstadkomma detta samspel. Med denna utgångspunkt är det viktigt att relevanta kommunikationskanaler och strategier upprättas.

För att nå övergripande syfte och mål har fem delmål definierats:

- Delmål 1. Öka potentiella studerandes kunskap om arbetsmarknaden och om kompetens som efterfrågas av arbetsgivare.
- Delmål 2. Öka arbetsgivarnas kunskap och insikt om arbetskraftsutbudet och potentialen av en flexiblere efterfrågan på kompetens.
- Delmål 3. Öka arbetsgivarnas kunskap om och inflytande över vuxenutbildningens utbud och innehåll.
- Delmål 4. Öka huvudmännens och leverantörernas kunskap om arbetsmarknadens behov och kompetens som efterfrågas av arbetsgivare.
- Delmål 5. Öka potentiella studerandes kunskap om vuxenutbildning som en väg till jobb

Dialog, samråd, kommunikation och spridning är centrala delar i alla delar av projektet. Det vill säga i de aktiviteter som ska genomföras inom respektive delprojekt som har definierats i handlingsplanen:

1. Tillgängliggöra prognoser med mera
2. Ta fram kunskap om resultat och kvalitet i yrkesinriktad vuxenutbildning
3. Skapa en modell för en bred arbetsgivarialog
4. Skapa en modell för dialog mellan huvudmännen och övriga aktörer inklusive branscher.

Delprojekten ska verka mot de specifika delmålen som är formulerade som kunskapsmål (se ovan). Därför är det viktigt att de kunskapsunderlag som ska tas fram i respektive delprojekt för dialogen och utvecklingsarbetet är relevanta, kommunikativt anpassade till målgrupp och lättillgängliga.

Kommunikationsplanen syftar till att klargöra de strategier som ska vägleda aktiviteter som kan stödja projektets övergripande projektmål. Det är i det sammanhanget viktigt att se kommunikationsmålen som underordnade de övergripande mål och delmål som de formulerats ovan.



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

1.2 Nulägesbeskrivning

Intresset för vuxenutbildningens roll i kompetensförsörjningen har ökat över tid. En viktig bakgrund är de framväxande behoven av yrkesutbildad gymnasial arbetskraft. Regionala analyser på såväl kort som lång sikt visar att det råder stor kompetensbrist i många företag.

Sedan kompetensplattformsuppdraget (Regleringsbrev för budgetåret 2010 avseende länsstyrelserna och regionalt tillväxtansvariga) tillkom har regionerna på olika sätt arbetat med att stärka regionala arbetssätt och processer. Däribland samverkans-strukturer inom ramen för olika satsningar mellan huvudmän för utbildning och olika arbetsgivarföreträdare. Detta kan underlätta för projektet att kommunicera mål och medel med relevanta aktörer i upparbetade befintliga nätverk.

I handlingsplanen pekas på behovet av att regionala aktörer, huvudmän, leverantörer och arbetsgivarföreträdare kan hitta former för att nå samsyn kring behov, utmaningar och hitta modeller eller arbetssätt för samverkan kring yrkesinriktad vuxenutbildning. I detta avseende ska kommunikationsplanen lyfta fram en argumentationsanalys till stöd för att nå samsyn eller överenskommelser med aktörerna.

1.3 Definitioner

Arbetsförmedlingen ansvarar för. I utvecklingsarbetet och i mötet med målgrupper är det dock inte alltid relevant med dessa benämningar. Exempelvis arbetar flera huvudmän med olika skolformer samlat från gymnasieskola, till yrkeshögskola och även högre utbildning. Samma gäller för branscher som kan ha ett brett rekryteringsbehov.

För projektet blir det nödvändigt att anpassa kommunikationen beroende på målgrupper som kommunikationen riktar sig till. Följande termer kan vara aktuella att använda i kommunikationen:

Vuxenutbildning, arbetsmarknadsutbildning, kommunal- eller yrkesinriktad vuxenutbildning. SFX (Svenska för yrkesutbildade), kompetensförsörjning, systematisk utbildningsplanering, validering, lärcentra, samverkan, samsyn, samråd, dialog.

1.4 Avgränsningar

Kommunikationen ska stödja de insatser som krävs för att skapa långsiktiga effekter. Informationsaktiviteter och marknadsföring är inte ett mål i sig utan underordnas projektets övergripande mål.



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

2 Syfte, mål och strategi för kommunikationen

2.1 Syfte

Kommunikationens syfte är att göra projektets känt som ett läns övergripande strategiskt initiativ för att utveckla samverkan kring regionens kompetensförsörjning.

Målet är att projektet ska ses som en viktig del av det strategiska arbetet med kompetensförsörjning i länet och en attraktiv samverkanspart i utvecklingsarbetet.

Kommunikationsarbetet ska bidra till effekterna- att åstadkomma en hållbar modell för en kunskapsbaserad dialog och samverkan mellan huvudmän, leverantörer och arbetsgivarföreträdare, samt att bidra till en förbättrad kompetensförsörjning i Stockholmsregionen.

2.2 Mål

Kommunikationsarbets mål är att etablera en tydlig bild av Kompetensarenan bland relevanta aktörer. För att projektets långsiktiga effektmål ska uppfyllas behöver samarbetsaktörer såsom arbetsgivarföreträdare och huvudmän för vuxenutbildning betrakta projektet som en naturlig samarbetspart en aktör som kan bidra till bättre kompetensförsörjning, samverkan och utbildningsmöjligheter.

Här finns både attityd-, kunskaps- och aktionsmål.

Arbetet styrs efter modellen och hierarkin – känna till – gilla/stödja- agera för (1)

- Kunskapsmålet är att en bredare målgrupp, aktörer inom området känner till projektet och dess syfte. Detta bör uppnås redan efter halva projektiden.
- Attitydmålet är att de viktigaste samverkansaktörerna eller målgrupperna ska ha en positiv inställning till projektet under hela genomförandefasen
- Samagerandemålet. Under projektets slutfas ska de viktigaste samverkansaktörerna eller målgrupperna vara beredda att aktivt stödja projektet, eller samagera, för att skapa eller bidra till projektmålet och de långsiktiga effektmålen.

I målformuleringen tillämpas SMARTA mål:

Specifika, Mätbara, Accepterade, Realistiska, Tidsbestämda

2.2.1 Särskilda delmål i kommunikationen



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Potentiella studerandes ska få ökad kunskap om arbetsmarknaden och om den kompetens som efterfrågas av arbetsgivare. I dialog identifiera och lyfta fram exempel på hur arbetsgivarföreträdare och huvudmän har lyckats med vägledning, öka potentiella studerandes kunskap om och intresse för olika yrkesområden.

- Öka arbetsgivarnas kunskap och insikt om arbetskraftsutbudet och potentialen av en flexiblere efterfrågan på kompetens. Lyfta fram möjligheterna för bredare rekrytering.
- Öka arbetsgivarnas kunskap om och inflytande över vuxenutbildningens utbud och innehåll. I dialog synliggöra befintligt utbud, resultat och kvalitet, indikatorer såsom andelen som avslutar en utbildning med fullständiga betyg, andelen män och kvinnor, andelen inrikes- utrikes födda, andel
- Öka huvudmännens och leverantörernas kunskap om arbetsmarknadens behov och kompetens som efterfrågas av arbetsgivare
- Öka potentiella studerandes kunskap om vuxenutbildning som en väg till jobb. I dialog identifiera och lyfta exempel på satsningar som har lett till ett ökat söktryck till yrkesinriktad vuxenutbildning. Hur strategier ser ut och kan utvecklas för att hitta fram till strukturer eller vägar för att tillgängliggöra information för att potentiella studerande ska få en ökad kännedom om utbud, resultat och kvalitet i vuxenutbildning.

Kommunikationsplanen syftar till att klargöra de strategier som kan vägleda aktiviteter som ska stödja projektet att nå projektmål och långsiktig effekt.. Det är i det sammanhanget viktigt att se kommunikationsmålen som underordnade de övergripande mål och delmål så som de har formulerats ovan.

2.3 Strategi

I en SWOT-analys framstår projektets styrkor och svagheter med avstämning mot omvärldsfaktorer som kan hjälpa eller hindra måluppfyllelsen.

Huvudsakliga styrkor är:

- Projektet drivs av kända centrala aktörer inom området med mandat att förändra. Goda kommunikationsresurser finns hos projektägaren, men även hos samverkande parter.



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Svagheter:

- Projektets mål och funktion är relativt okända, både bland huvudmän och särskilt bland arbetsgivare i näringslivet. Då projektägarskapet går över till Landstinget kan projektets ambitioner och mål behöva förankras med ny politisk ledning inom Landstinget.

Positiva externa förutsättningar:

- Ett ökat behov av kompetens och rekrytering i regionen medverkar till uppmärksamhet – dagordningsfunktionen underlättas

Negativa externa förutsättningar:

- Myndigheters samordningsprojekt har inte en omedelbar attraktionskraft bland huvudmän och arbetsgivarföreträdare. bredare grupper, t ex studerande och småföretag

Under projekttiden ska kommunikationen styras av spridnings- och delningsprinciper som tar höjd för kraven i Internet 2.0, d v s information och åsikter delas, snarare än distribueras.

I alla avseenden ska projektet av effektivitetshänsyn söka allianser och sammanhang för att undvika att ”uppfinna hjulet på nytt” samt för att nå bredare och djupare i genomslag.

3 Budskap, målgrupper/aktörer och kanaler

3.1 Budskap

Projektets huvudbudskap är att KAS vill etablera en hållbar modell (struktur och arbetssätt) för en kunskapsbaserad dialog kring regionens kompetensförsörjning – med fokus på yrkesinriktad vuxenutbildning.

- Ta fram och sprida kunskap om arbetsgivares efterfrågan på kompetens, om utbud, resultat och kvalitet i yrkesinriktad vuxenutbildning och potentialen i att bredda rekryteringen.
- Stärka eller utveckla befintliga strukturer för samverkan huvudmän och arbetsgivarföreträdare.
- Etablera en övergripande regional samverkansfunktion/forum – för behovsstyrda insatser.

3.2 Målgrupper/aktörer



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

Projektet definierar följande primära målgrupper för kommunikationen:

Regionens aktörer på vuxenutbildningsområdet och dess tjänstepersoner, politiker på regional och lokal nivå och arbetsgivarföreträdare i olika branscher. Projektets målgrupper är också kommunikationsplanens målgrupper.

Sekundära målgrupper:

Aktörer som indirekt kan bidra till måluppfyllelsen, exempelvis organisationer som främjar branschutveckling inom centrala områden, fackpress, opinionsbildare (s k influencers) enskilda arbetsgivare och potentiella studerande.

Utöver ovanstående lista, analyserar och uppdaterar projektet fortlöpande en bild (en påverkanskarta) av vilka aktörer, intressenter som behöver påverkas beroende på vilka insatser som ska göras för att möjliggöra största möjliga effekt.

3.3 Kanal/medieval

Kontaktvägar och former för delning och spridning:

- Intranät
- Externwebben
- Nyhetsbrev
- Möten
- Frukostseminarier
- Konferenser
- Studiebesök
- Poddcasting
- Videointervjuer
- Korta interna briefings

4 Styrtal, mätning och uppföljning

Minst 7 av 10 centrala aktörer och opinionsbildare som definierats i påverkanskartan, ska stödja projektet under genomförandefasen

Uppföljningsrutiner sker genom fortlöpande korta enkäter, kombinerat med djupintervjuer med nyckelpersoner.

En bredare enkät görs i mitten av projektperioden för att mäta kännedom om projektets aktiviteter och mål. Uppföljning av kommunikations målen kan samordnas med extern utvärderares uppföljning



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

5 Tid- och aktivitetsplan

Datum	Kommunikationsinsats, aktörer/målgrupper	Budskap	Kanal
Jan '19	Informationsfolder	KAS etableras	Direkt
Dec '18	Halvdagsseminarium	Övergång skola arbete	E-post
Dec '18	Webbsida	Samlad info	Internet
Sept '20	Avslut konf	Avstamp för implementering	Möte
Fortlöpande	Mindre seminarier och workshops	Samlad info Horisontella principer	Möten
Fortlöpande	Rapporter, uppföljningar	Samlad info Horisontella principer	Möten

6 Kommunikationsbudget

Kommunikationsbudget finns i handlingsplanen.

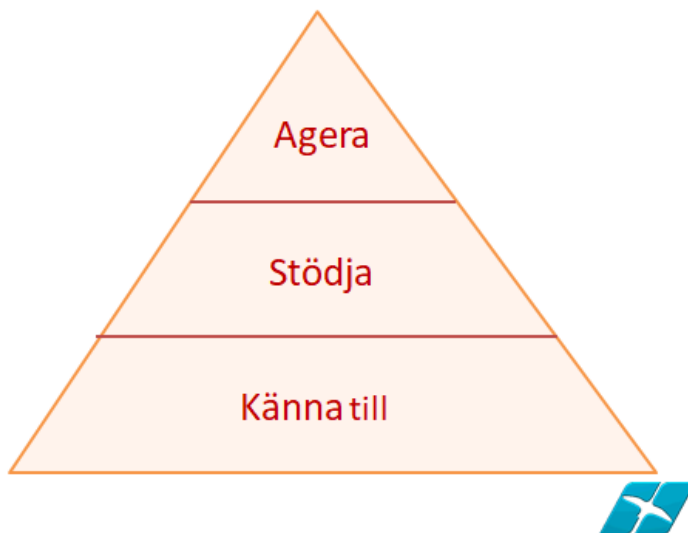


EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

BILAGOR KOMMUNIKATIONSPLAN

1)

Målgruppshierarki





EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

2) SWOT

	Hjälper att nå målen	Hindrar att nå målen
Interna egenskaper	Styrkor/ Strengths	Svagheter/ Weaknesses
Externa företeelser	Möjligheter/ Opportunities	Hot/ Threats



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska socialfonden

3) Påverkanskarta

